

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh *hotel attributes* terhadap *customer satisfaction* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah. Penelitian ini menggunakan dua variabel, menurut Uma Sekaran (2013:68), variabel penelitian adalah suatu nilai yang berbeda atau bervariasi nilai. Nilai-nilai dapat berbeda pada waktu untuk objek yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Menurut Uma Sekaran (2013:69) *dependent variable* atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama bagi peneliti. Sedangkan *independent variable* atau variabel bebas adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negatif. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *customer satisfaction* yang terdiri dari perbandingan antara *perceived performance* dan *expectation*, sementara yang menjadi variabel independen adalah *hotel attributes* yang terdiri dari *physical facilities*, *service attribute*, *convenient attribute* dan *hotel image*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Cinnamon Hotel Boutique Syariah. Cinnamon Hotel Boutique Syariah dipilih sebagai objek penelitian dengan pertimbangan bahwa objek ini perlu dilakukan penelitian mengenai, pengaruh *hotel attributes* dan *customer satisfaction*. Menurut Uma Sekaran (2013: 106) mengemukakan bahwa *cross sectional study* adalah sebuah penelitian di mana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran

(2013: 100), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu-biasanya karakteristik pasar atau fungsi.

Jenis penelitian deskriptif secara terperinci mendapatkan deskripsi mengenai gambaran *hotel attributes* yang terdiri *physical facilities*, *service attribute*, *convenient attribute* dan *hotel image*. Sedangkan penelitian verifikatif merupakan penelitian untuk menguji secara kausal, yaitu hubungan antara variabel independen dan dependen (Malhotra, 2009:104). Hal ini dilakukan dengan menguji hipotesis di lapangan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *hotel attributes* dan gambaran mengenai *customer satisfaction* tamu yang menginap ke Cinnamon Hotel Boutique Syariah.

Metode yang digunakan pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Noor (2013:22) mengemukakan, “metode penelitian adalah suatu proses atau prosedur yang sistematis berdasarkan prinsip dan teknik ilmiah yang dipakai oleh disiplin (ilmu) untuk mencapai satu tujuan”. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian ini adalah metode *explanatory survei*. Menurut Malhotra (2010:96) *explanatory survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga.

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *hotel attributes* (X), yaitu *physical facilities* (X,1), *service attribute* (X,2), *convenient attribute* (X,3), *hotel image* (X,4), dan variabel endogen (Y) yaitu *customer satisfaction* terdiri dari perbandingan harapan dan kenyataan.

Secara lebih rinci operasionalisasi masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel sebagai berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Hotel attributes</i> (X)	Atribut hotel terdiri dari nama hotel atau merk, kegiatan publik manajernya, dan semua hal yang diciptakan hotel untuk menyampaikan maksud dan tujuan hotel tersebut (Rutherford, Denney G, 2007)				
<i>Physical facilities</i> (X ₁)	Fasilitas fisik yang tersedia pada hotel untuk memudahkan tamu dalam melaksanakan aktifitasnya	<i>Room</i>	Tingkat kelengkapan fasilitas di kamar hotel	Ordinal	III.1
			Tingkat kelayakan alat shalat (bersih & terawat) di kamar hotel	Ordinal	III.2
			Tingkat kebermanfaatan adzan <i>speaker</i> di kamar hotel	Ordinal	III.3
			Tingkat kebermanfaatan Al-Quran di kamar hotel	Ordinal	III.4
			Tingkat kemenarikan hiasan islami di kamar hotel	Ordinal	III.5
			Tingkat	Ordinal	III.6

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			kepraktisan menggunakan peralatan di toilet untuk bersuci		
			Tingkat kelengkapan bacaan (majalah, koran, buku) yang tersedia di <i>lobby</i> hotel	Ordinal	III.7
			Tingkat kemenarikan hiasan islami di <i>lobby</i> hotel	Ordinal	III.8
			Tingkat kelengkapan peralatan makan & minum di <i>Café</i> & <i>Resto</i> hotel	Ordinal	III.9
			Tingkat variasi menu di <i>Café</i> & <i>Resto</i> hotel	Ordinal	III.10

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Service attribute (X₂)</i>	Pelayanan yang diberikan oleh staff hotel kepada tamu untuk mempermudah aktifitasnya		Tingkat kemenarikan interior <i>Café & Resto</i> hotel	Ordinal	III.11
			Tingkat kemudahan dalam melakukan reservasi	Ordinal	III.12
		<i>Check in & Check out</i>	Tingkat kemudahan dalam proses <i>check in & check out</i>		III.13
			Tingkat kecepatan pelayanan yang diberikan <i>staff FO</i> saat proses <i>check in & check out</i>		III.14
		<i>Staff FO</i>	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh <i>staff FO</i>	Ordinal	III.15
			Tingkat keramah-	Ordinal	III.16

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			tamahan <i>staff</i> FO		
			Tingkat selektifitas terhadap tamu yang datang	Ordinal	III.17
			Tingkat cara menjelaskan informasi masjid terdekat dengan hotel	Ordinal	III.18
			Tingkat cara menjelaskan informasi jadwal waktu shalat	Ordinal	III.19
			Tingkat cara menjelaskan informasi restoran / rumah makan halal	Ordinal	III.20
			Tingkat profesionalitas <i>staff</i> FO	Ordinal	III.21
Convenient attribute (X₃)	Rasa nyaman dan menyenangkan yang dirasakan oleh konsumen yang tercipta dari proses konsumsi produk atau jasa	<i>Room</i>	Tingkat kenyamanan kamar hotel	Ordinal	III.22

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
yang disediakan hotel			Tingkat kebersihan kamar hotel	Ordinal	III.23
			Tingkat kenyamanan <i>lobby</i> hotel	Ordinal	III.24
		<i>Lobby</i>	Tingkat kebersihan <i>lobby</i> hotel	Ordinal	III.25
		<i>Café & Resto</i>	Tingkat kenyamanan <i>Café & Resto</i> hotel	Ordinal	III.26
			Tingkat kebersihan <i>Café & Resto</i> hotel	Ordinal	III.27
		<i>Internet access</i>	Tingkat kemudahan mengakses internet di area hotel	Ordinal	III.28
		<i>Pray facilities</i>	Tingkat kenyamanan fasilitas beribadah yang tersedia	Ordinal	III.29
			Tingkat kebersihan	Ordinal	III.30

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			tempat beribadah		
		<i>Location</i>	Tingkat kestrategisan lokasi hotel	Ordinal	III.31
Hotel image (X₄)	Citra yang di ciptakan hotel untuk menonjolkan keunikan dan kelebihan yang dimiliki oleh hotel tersebut		Tingkat kemenarikan desain interior hotel	Ordinal	III.32
		<i>Design</i>	Tingkat kemenarikan desain eksterior hotel	Ordinal	III.33
			Tingkat kemenarikan desain logo hotel	Ordinal	III.34
		<i>Theme</i>	Tingkat kemenarikan tema hotel sebagai Syariah Boutique Hotel	Ordinal	III.35
Customer Satisfaction	<i>Customer satisfaction</i> bergantung pada perbandingan harapan (<i>expectation</i>) pelanggan jasa terhadap kinerja yang diterima (<i>perceived performance</i>) dari suatu barang atau jasa (Kotler & Keller,	Physical facilities	Tingkat kepuasan terhadap fasilitas di kamar hotel	Ordinal	IV.1

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
2016)			Tingkat kepuasan terhadap kelayakan alat shalat (bersih & terawat) di kamar hotel	Ordinal	IV.2
			Tingkat kepuasan terhadap kebermanfaatan adzan <i>speaker</i> di kamar hotel	Ordinal	IV.3
			Tingkat kepuasan terhadap kebermanfaatan Al-Quran di kamar hotel	Ordinal	IV.4
			Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan hiasan islami di kamar hotel	Ordinal	IV.5
			Tingkat kepuasan terhadap	Ordinal	IV.6

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		kepraktisan menggunakan peralatan di toilet untuk bersuci			
		Tingkat kepuasan terhadap kelengkapan bacaan <i>up to date</i> di <i>lobby</i> hotel		Ordinal	IV.7
		Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan hiasan islami di <i>lobby</i> hotel		Ordinal	IV.8
		Tingkat kepuasan terhadap kelengkapan peralatan makan & minum di <i>Café</i> & <i>Resto</i> hotel		Ordinal	IV.9
		Tingkat kepuasan		Ordinal	IV.10

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			terhadap variasi menu di <i>Café</i> & <i>Resto</i> hotel		
			Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan interior <i>Café</i> & <i>Resto</i> hotel	Ordinal	IV.11
			Tingkat kepuasan terhadap kemudahan pada proses reservasi	Ordinal	IV.12
		<i>Service attributes</i>	Tingkat kepuasan terhadap kemudahan proses <i>check in</i> & <i>check out</i>	Ordinal	IV.13
			Tingkat kepuasan terhadap kecepatan pelayanan yang diberikan <i>staff</i> FO saat proses	Ordinal	IV.14

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<i>check in & check out</i>		
			Tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh <i>staff</i> FO	Ordinal	IV.15
			Tingkat kepuasan terhadap keramah- tamahan <i>staff</i> hotel	Ordinal	IV.16
			Tingkat kepuasan terhadap selektifitas terhadap tamu yang datang	Ordinal	IV.17
			Tingkat kepuasan terhadap cara menjelaskan informasi masjid terdekat dengan hotel	Ordinal	IV.18
			Tingkat	Ordinal	IV.19

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			kepuasan terhadap cara menjelaskan informasi jadwal waktu shalat		
			Tingkat kepuasan terhadap cara menjelaskan informasi restoran / rumah makan halal	Ordinal	IV.20
			Tingkat kepuasan terhadap profesionalitas staff hotel	Ordinal	IV.21
		<i>Convenient attributes</i>	Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan kamar hotel	Ordinal	IV.22
			Tingkat kepuasan terhadap kebersihan	Ordinal	IV.23

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			kamar hotel		
			Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan <i>lobby</i> hotel	Ordinal	IV.24
			Tingkat kepuasan terhadap kebersihan <i>lobby</i> hotel	Ordinal	IV.25
			Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan <i>Café</i> & <i>Resto</i> hotel	Ordinal	IV.26
			Tingkat kepuasan terhadap kebersihan <i>Café & Resto</i> hotel	Ordinal	IV.27
			Tingkat kepuasan terhadap kemudahan mengakses internet di area	Ordinal	IV.28

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			hotel		
			Tingkat kepuasan terhadap kenyamanan tempat beribadah	Ordinal	IV.29
			Tingkat kepuasan terhadap kebersihan tempat beribadah	Ordinal	IV.30
			Tingkat kepuasan terhadap kestrategisan lokasi hotel	Ordinal	IV.31
			Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan desain interior hotel	Ordinal	IV.32
		Hotel image	Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan	Ordinal	IV.33

Variabel/ Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		desain eksterior hotel			
		Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan desain logo hotel		Ordinal	IV.34
		Tingkat kepuasan terhadap kemenarikan tema hotel sebagai Syariah Boutique Hotel		Ordinal	IV.35

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Pada sebuah penelitian tentu perlu didukung dengan data. Dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Uma Sekaran (2013:113) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian. Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada. Untuk lebih jelasnya Tabel 3.2 menjelaskan tentang sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antarlain:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber
Data Sekunder	
Data tingkat occupancy di Cinnamon Hotel Boutique Syariah	Management Cinnamon Hotel Boutique Syariah 2018

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Data Guest Comment Card di Cinnamon Hotel Boutique Syariah	Management Cinnamon Hotel Boutique Syariah 2018
Hal-hal yang berhubungan dengan <i>hotel attributes</i> dan <i>customer satisfaction</i>	Ebook, Jurnal dan Website
Data Primer	
Tanggapan tamu mengenai <i>hotel attributes</i>	Penyebaran Kuesioner pada Tamu Cinnamon Hotel Boutique Syariah
Tanggapan Wisatawan mengenai <i>Customer Satisfaction</i>	Penyebaran Kuesioner pada Tamu Cinnamon Hotel Boutique Syariah

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Di dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis. Menurut Uma Sekaran (2013: 240), Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Sedangkan Indrawan (2014:93) mengemukakan bahwa populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen yang akan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di Cinnamon Hotel Boutique Syariah pada tahun 2017 yaitu sebanyak 3.545 orang.

3.2.4.2 Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Uma Sekaran (2013:241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dipilih. Berdasarkan kutipan diatas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Berdasarkan sampel diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Tabachnick dan Fidel, (2013:123), mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersbut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 5$$

$$N \geq 109$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus tersebut,sampel minimal yang diperoleh yaitu sebesar 109 responden. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 110 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan *sampling* untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Uma Sekaran (2013:244) *sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Pada dasarnya terdapat dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan sampel *non-probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* untuk populasi bergerak. Teknik ini digunakan karena populasinya dianggap homogen dan dapat digunakan tanpa pengetahuan mengenai bingkai *sampling*. Menurut Harun Al-Rasyid (1994:66) *sampling* sistematis ini memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka *sampling*. Menurut Zulganef (2008:142) sampel sistematis adalah metode penarikan sampel yang menarik setiap elemen ke- n dalam populasi yang dimulai memilih unsur secara *random* antara unsur nomor satu dan n . *Systematic random sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan jika peneliti dihadapkan pada ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara *random*. Teknik pengambilan sampelnya dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam hal ini populasi sasaran adalah partisipan yang sudah pernah menginap di Cinnamon Hotel Boutique Syariah
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini tempat yang dijadikan *check point*-nya yaitu Cinnamon Hotel Boutique Syariah
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan peneliti adalah pukul 12.00-23.00 WIB. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 10 hari.

Menentukan ukuran sampel (n) partisipan yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 10 hari) kuesioner yang harus diberikan sebanyak 110: $10 = 11$ responden setiap harinya.

3.2.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data. Peneliti perlu mengetahui bagaimana teknik pengumpulan data supaya mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket), berisi pertanyaan mengenai identitas dan pengalaman responden, penilaian responden mengenai *hotel attribute* Cinnamon Hotel Boutique Syariah dan *customer satisfaction*.
2. Studi Literatur, dengan pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku maupun jurnal-jurnal guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.
3. Wawancara, dengan mengajukan pertanyaan baik tertulis maupun lisan, baik kepada pihak pengelola Cinnamon Hotel Boutique Syariah dan kepada tamu yang menginap di Cinnamon Hotel Boutique Syariah.
4. Observasi, peneliti datang langsung ke Cinnamon Hotel Boutique Syariah.

Agar lebih jelas, maka penulis menggambarkan dan menyajikan tujuan menggunakan teknik pengumpulan data pada Tabel 3.3 berikut ini:

TABEL 3.3
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DIKAITKAN DENGAN
TUJUAN PENELITIAN

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Kuesioner	Tamu yang berkunjung ke Cinnamon Hotel Boutique Syariah
2.	Studi Literatur	Buku dan jurnal yang berhubungan dengan masalah penelitian
3.	Wawancara	Pihak pengelola Cinnamon Hotel Boutique Syariah dan tamu yang menginap ke Cinnamon Hotel Boutique Syariah
4.	Observasi	Cinnamon Hotel Boutique Syariah

Sumber: Hasil pengolahan data primer dan sekunder, 2018

3.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel *hotel attribute* (X) terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel *customer satisfaction* (Y). Sebelum melakukan analisis data dan juga untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas untuk melihat tingkat kebenaran serta kualitas data.

3.3.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur bahwa terdapat kesamaan antara data yang ada dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2013:225) validitas merupakan cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid atau dapat digunakan. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan mana yang tidak.

Sugiyono (2013:121) menyatakan bahwa valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *hotel attributes* sebagai variabel X dan *customer satisfaction* sebagai variabel Y.

Penelitian ini menggunakan validitas konstruk. Menurut Sekaran dan Bougie (2013:227) Validitas konstruk untuk mengetahui seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran yang sesuai dengan teori-teori yang sudah dirancang. Validitas konstruk menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistic (Statistical Product for Service Solutions) 20.0 for windows* adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *dataview*.
2. Klik *variable view* lalu isi kolom *name* dengan nama item pertanyaan.
3. Klik *analyze, correlate, bivariate*.
4. Keluar jendela baru pada layar, selanjutnya pindahkan seluruh data pada kolom kiri ke kolom *variables*.
5. Tentukan Uji *Correlate*, centang *Pearson* pada *Correlate Coeffisien* dan tekan OK.
6. Maka hasil validitas akan muncul di *output*.

Kriteria valid tidaknya penelitian ini berdasar pada ketentuan:

1. Nilai r_{hitung} lebih besar dengan r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tingkat signifikansi 5% (0,05) dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($35-2=33$), maka didapat nilai r_{tabel} .

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument *hotel attributes* sebagai variabel X dan *customer satisfaction* sebagai variabel Y. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti yang diajukan kepada responden penelitian.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Hotel attributes</i>				
A.	<i>Physiscal facilities</i>			
1.	Kelengkapan fasilitas di kamar hotel	0,732	0,361	Valid

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
2.	Kelayakan alat shalat (bersih & terawat)	0,694	0,361	Valid
3.	Kebermanfaatan adzan <i>speaker</i> di kamar hotel	0,756	0,361	Valid
4.	Kebermanfaatan Al-Quran di kamar hotel	0,501	0,361	Valid
5.	Kemenarikan hiasan islami di kamar hotel	0,502	0,361	Valid
6.	Kepraktisan menggunakan peralatan di toilet untuk bersuci	0,371	0,361	Valid
7.	Kelengkapan bacaan (majalah, koran, buku) yang tersedia di <i>lobby</i> hotel	0,655	0,361	Valid
8.	Kemenarikan hiasan islami di <i>lobby</i> hotel	0,451	0,361	Valid
9.	Kelengkapan peralatan makan & minum di <i>Café & Resto</i> hotel	0,426	0,361	Valid
10.	Variasi menu di <i>Café & Resto</i> hotel	0,434	0,361	Valid
11.	Kemenarikan interior <i>Café & Resto</i> hotel	0,445	0,361	Valid
B.	<i>Service attribute</i>			
12.	Kemudahan dalam melakukan reservasi	0,414	0,361	Valid
13.	Kemudahan dalam proses <i>check in & check out</i>	0,601	0,361	Valid
14.	Kecepatan pelayanan yang diberikan <i>staff</i> FO saat proses <i>check in & check out</i>	0,632	0,361	Valid
15.	Pelayanan yang diberikan oleh <i>staff</i> FO	0,699	0,361	Valid
16.	Keramah-tamahan <i>staff</i> FO	0,664	0,361	Valid
17.	Selektifitas terhadap tamu yang datang	0,476	0,361	Valid
18.	Cara menjelaskan informasi masjid terdekat dengan hotel	0,661	0,361	
19.	Cara menjelaskan informasi jadwal waktu shalat	0,625	0,361	Valid
20.	Cara menjelaskan informasi restoran / rumah makan halal	0,722	0,361	Valid
21.	Profesionalitas <i>staff</i> FO	0,890	0,361	Valid
C.	<i>Convenient attribute</i>			
22.	Kenyamanan kamar hotel	0,618	0,361	Valid
23.	Kebersihan kamar hotel	0,731	0,361	Valid
24.	Kenyamanan <i>lobby</i> hotel	0,609	0,361	Valid
25.	Kebersihan <i>lobby</i> hotel	0,548	0,361	Valid
26.	Kenyaman <i>Café & Resto</i> hotel	0,565	0,361	Valid
27.	Kebersihan <i>Café & Resto</i> hotel	0,505	0,361	Valid
28.	Kemudahan mengakses internet di	0,456	0,361	Valid

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	area hotel			
29.	Kenyamanan fasilitas beribadah yang tersedia	0,788	0,361	Valid
30.	Kebersihan tempat beribadah	0,744	0,361	Valid
31.	Kestrategisan lokasi hotel	0,637	0,361	Valid
D.	Hotel image			
32.	Kemenarikan desain interior hotel	0,467	0,361	Valid
33.	Kemenarikan desain eksterior hotel	0,745	0,361	Valid
34.	Kemenarikan desain logo hotel	0,760	0,361	Valid
35.	Kemenarikan tema hotel sebagai Syariah Boutique Hotel	0,824	0,361	Valid
	Customer satisfaction			
A.	Physiscal facilities			
36.	Kepuasan kelengkapan fasilitas di kamar hotel	0,857	0,361	Valid
37.	Kepuasan kelengkapan fasilitas di kamar hotel	0,797	0,361	Valid
38.	Kepuasan kebermanfaatan adzan <i>speaker</i> di kamar hotel	0,721	0,361	Valid
39.	Kepuasan kebermanfaatan Al-Quran di kamar hotel	0,794	0,361	Valid
40.	Kepuasan kemenarikan hiasan islami di kamar hotel	0,803	0,361	Valid
41.	Kepuasan kepraktisan menggunakan peralatan di toilet untuk bersuci	0,774	0,361	Valid
42.	Kepuasan kelengkapan bacaan (majalah, koran, buku) yang tersedia di <i>lobby</i> hotel	0,643	0,361	Valid
43.	Kepuasan kemenarikan hiasan islami di <i>lobby</i> hotel	0,805	0,361	Valid
44.	Kepuasan kelengkapan peralatan makan & minum di <i>Café & Resto</i> hotel	0,525	0,361	Valid
45.	Kepuasan variasi menu di <i>Café & Resto</i> hotel	0,685	0,361	Valid
46.	Kepuasan kemenarikan interior <i>Café & Resto</i> hotel	0,738	0,361	Valid
B.	Service attribute			
47.	Kepuasan kemudahan dalam melakukan reservasi	0,892	0,361	Valid
48.	Kepuasan kemudahan dalam proses <i>check in & check out</i>	0,879	0,361	Valid
49.	Kepuasan kecepatan pelayanan yang diberikan <i>staff</i> FO saat proses <i>check in & check out</i>	0,725	0,361	Valid
50.	Kepuasan pelayanan yang diberikan	0,892	0,361	Valid

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No.	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	oleh <i>staff</i> FO			
51.	Kepuasan keramah-tamahan <i>staff</i> FO	0,805	0,361	Valid
52.	Kepuasan selektifitas terhadap tamu yang datang	0,844	0,361	Valid
53.	Kepuasan cara menjelaskan informasi masjid terdekat dengan hotel	0,851		
54.	Kepuasan cara menjelaskan informasi jadwal waktu shalat	0,662	0,361	Valid
55.	Kepuasan cara menjelaskan informasi restoran / rumah makan halal	0,593	0,361	Valid
56.	Kepuasan profesionalitas <i>staff</i> FO	0,537	0,361	Valid
C.	<i>Convenient attribute</i>			
57.	Kepuasan kenyamanan kamar hotel	0,426	0,361	Valid
58.	Kepuasan kebersihan kamar hotel	0,734	0,361	Valid
59.	Kepuasan kenyamanan <i>lobby</i> hotel	0,681	0,361	Valid
60.	Kepuasan kebersihan <i>lobby</i> hotel	0,598	0,361	Valid
61.	Kepuasan nyaman <i>Café & Resto</i> hotel	0,636	0,361	Valid
62.	Kepuasan kebersihan <i>Café & Resto</i> hotel	0,454	0,361	Valid
63.	Kepuasan kemudahan mengakses internet di area hotel	0,696	0,361	Valid
64.	Kepuasan kenyamanan fasilitas beribadah yang tersedia	0,467	0,361	Valid
65.	Kepuasan kebersihan tempat beribadah	0,747	0,361	Valid
66.	Kepuasan kestrategisan lokasi hotel	0,687	0,361	Valid
D.	<i>Hotel image</i>			
67.	Kepuasan kemenarikan desain interior hotel	0,778	0,361	Valid
68.	Kepuasan kemenarikan desain eksterior hotel	0,756	0,361	Valid
69.	Kepuasan kemenarikan desain logo hotel	0,882	0,361	Valid
70.	Kepuasan kemenarikan tema hotel sebagai Syariah Boutique Hotel	0,814	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas dari kuesioner yang diuji kepada 30 responden dapat diketahui bahwa semua item pada variabel *hotel attributes* terhadap *customer satisfaction* dikatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari semua nilai r_{hitung} yang didapat lebih besar dari r_{tabel} (0,361). Hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} tertinggi pada item *hotel attributes* yaitu pada item

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pertanyaan “Profesionalitas *staff* FO” sebesar 0,890. Hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pertanyaan “Kepraktisan menggunakan peralatan di toilet untuk bersuci” sebesar 0,371. Sedangkan pada item *customer satisfaction*, hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} tertinggi yaitu pada item pertanyaan “Kepuasan kemudahan dalam melakukan reservasi” dan “Kepuasan pelayanan yang diberikan oleh *staff* FO” sebesar 0,892, sedangkan hasil uji yang memiliki nilai r_{hitung} terendah yaitu pada item pertanyaan “Kepuasan kenyamanan kamar hotel” sebesar 0,426.

3.3.2 Pengujian Realibilitas

Instrumen penelitian selain valid, juga harus dapat dipercaya (reliabel). Menurut Sugiyono (2013:121) menyatakan bahwa “*instrument* yang *reliabel* adalah *instrument* yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan megasilkan data yang sama. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji reliabilitas dengan menggunakan program *IBM SPSSStatistic (Statistical Product for Service Solutions) 20 for windows* adalah sebagai berikut:

1. Distribusi data pada excel *copy* ke SPSS di *data view*
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian.
3. Kemudian klik *analyze*, *scale* dan pilih *reliability analysis*.
4. Pindahkan semua pernyataan tanpa jumlah ke kolom *items*.
5. Klik *statistics*, kemudian pada kolom *descriptive for*, klik *scale if item deleted*
6. Kemudian klik *continue* dan OK

Menuru Suharsimi Arikunto pengujian reliabilitas ditentukan dengan menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *cronbach alpha* $\geq 0,70$ maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
2. Jika *cronbach alpha* $< 0,70$ maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliable.

Berikut ini merupakan hasil uji realibilitas instrumen penelitian

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN REALIBILITAS

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Keterangan
1.	<i>Hotel attributes</i>	0,801	0,70	Reliabel
2.	<i>Customer satisfaction</i>	0,935	0,70	Reliabel

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel baik *hotel attributes* maupun *customer satisfaction* dikatakan reliabel. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *cronbach's alpha* kedua variabel lebih besar dibandingkan koefisien *cronbach's alpha* yang bernilai 0,70 yaitu 0,801 dan 0,935.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu cara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data. Memberikan keterangan yang berguna dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian merupakan tujuan dari pengolahan data, selanjutnya diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian

3.4.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan data mentah menjadi informasi yang mudah dipahami, hal ini dilakukan dengan cara menggolongkan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data-data yang didapat yang selanjutnya dianalisis, sehingga dapat diperoleh gambaran umum mengenai variabel berdasarkan beberapa analisis berikut:

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam presentase (Naresh K. Maholtra, 2009:480)
2. Analisis Cross Tabulation adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda (Naresh K. Maholtra, 2009: 493)
3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a) Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.
- b) Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden
- c) Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
- d) Jarak Interval = jenjang : banyaknya kelas interval.

Presentasi skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100$

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain :

1. Analisis data deskriptif mengenai gambaran *hotel attributes* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah Bandung melalui empat dimensi yaitu *physical facilities, service cattribute, convenient attribute, hotel image*.
2. Analisis data deskriptif mengenai gambaran *customer satisfaction* di Cinnamon Hotel Boutique Syariah melalui *expectation* dan *perceived performance*.

3.4.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikatif diperlukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan secara statistik. Setelah data seluruh responden terkumpul lalu dilakukan analisis data. Beberapa tahap dalam melakukan kegiatan analisis sebagai berikut:

1. Menyusun data
2. Menyeleksi data Kegiatan seleksi data ditunjukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Tabulasi data
 - a. Memberi skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking pada setiap item.
4. Menganalisis data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

5. Pengujian

Proses pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi berganda.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) yaitu *hotel attributes* terdiri dari *physical facilities*, *service attribute*, *convenient attribute*, *hotel image*. Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *customer satisfaction*

3.5 Rancangan Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , X_4) terhadap variabel dependen (Y). Persamaan regresi linier berganda tujuh variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan : Y = Variabel terikat yang diprediksikan (*Customer satisfaction*)

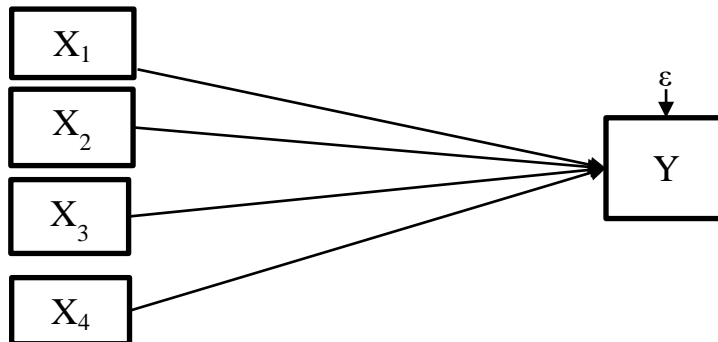
a = Konstant

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan

X= subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X_1 (*physical facilities*), X_2 (*service attribute*), X_3 (*convenient attribute*), dan X_4 (*hotel image*) adalah variabel penyebab

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam situasi dimana satu atau lebih variabel bebas yang dihipotesiskan untuk mempengaruhi variabel terikat (Sekaran & Bougie, 2016). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua atau lebih serta menerjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen

yang paling dominan terhadap variabel dependen, dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut



GAMBAR 3.1
REGRESI BERGANDA

Keterangan:

X_1 = *physical facilities*

X_2 = *service attribute*

X_3 = *convenient attribute*

X_4 = *hotel image*

Y = *customer satisfaction*

Larangan asumsi-asumsi dalam analisis regresi linear berganda perlu dideteksi. Adapun cara untuk mendeteksi agar larangan-larangan dalam analisis regresi linear berganda tidak terjadi yaitu dengan cara uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang sering digunakan adalah asumsi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas

1. Uji Asumsi Normalitas

Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik. untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila

Irfan Taufik Risda, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION

(SURVEI TERHADAP TAMU INDIVIDU YANG MENGINAP DI CINNAMON HOTEL BOUTIQUE SYARIAH)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas berarti berdistribusi normal. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$. Sedangkan data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam Uji normalitas ini, dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05, (Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*).

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi koefesien (r) yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai *tolerance* dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Melihat nilai *tolerance*, tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar 0,10. Terjadi multikolineritas, jikan nilai *Tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0.10. Melihat nilai VIF, tidak terjadi multikolinearitas, jikan nilai VIF lebih kecil 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

3. Uji Asumsi Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka perasamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin-Watson* (DW). Hasil perhitungan *Durbin-Watson* (DW) dibandingkan dengan nilai nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$.

4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dikatakan heteroskedastisitas, jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

3.6 Pengujian Hipotesis

Tujuan dari pengujian hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan apakah H_0 ditolak atau H_1 diterima. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Simultan

Pengujian secara simultan berfungsi untuk membuktikan bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya *hotel attributes* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya *hotel attributes* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.

Rumusan hipotesisnya adalah:

- a. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *hotel attribute* yang terdiri dari *physical facilities*, *service attribute*, *convenient attribute*, *hotel image* terhadap *customer satisfaction*.

- b. H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *hotel attribute* yang terdiri dari *physical facilities*, *service attribute*, *convenient attribute*, *hotel image* terhadap *customer satisfaction*.

2. Secara Parsial

Kriteri pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh antara (X1) *physical facilities* terhadap *customer satisfaction*.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara (X1) *physical facilities* terhadap *customer satisfaction*.
- b. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh antara (X2) *service attribute* terhadap *customer satisfaction*.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara (X2) *service attribute* terhadap *customer satisfaction*.
- c. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh antara (X3) *convenient attribute* terhadap *customer satisfaction*.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara (X3) *convenient attribute* terhadap *customer satisfaction*.
- d. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka artinya terdapat pengaruh antara (X4) *hotel image* terhadap *customer satisfaction*.
Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya tidak terdapat pengaruh antara (X4) *hotel image* terhadap *customer satisfaction*.